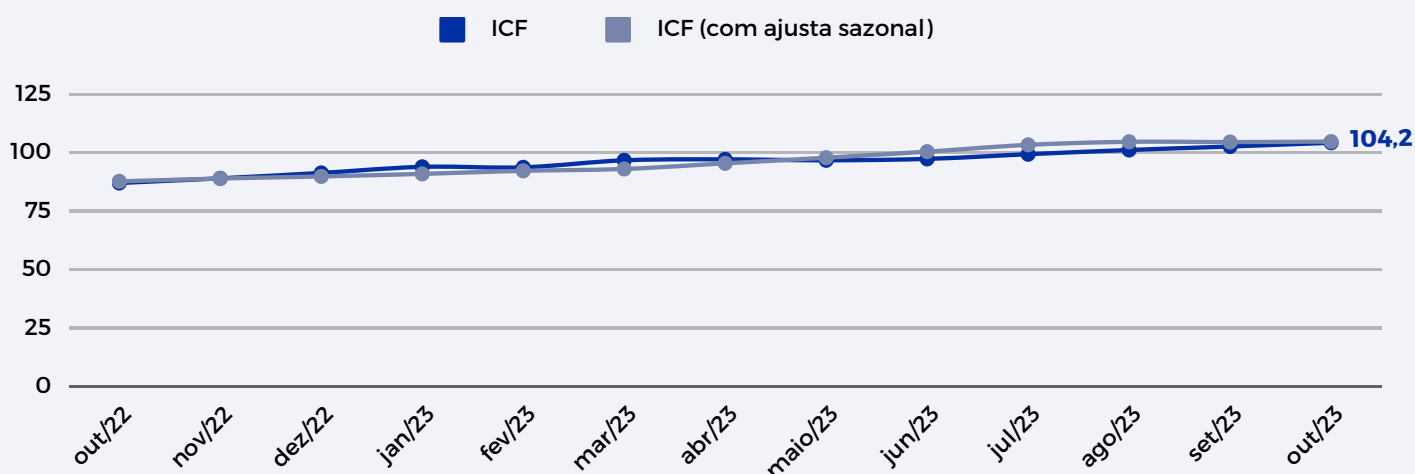


Edição Outubro 2023

INTENÇÃO DE CONSUMO DESACELERA ÀS VÉSPERAS DAS PRINCIPAIS DATAS COMEMORATIVAS

Consumidores apontam melhor momento para aquisição de bens duráveis, mas estão cautelosos com emprego nos próximos meses. Intenção de compra desacelera nas duas faixas de renda.

Intenção de Consumo das Famílias - Evolução do Índice



A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) avançou 0,3% em outubro, descontados os efeitos sazonais, após estabilidade em setembro. Embora o indicador mantenha-se no nível de satisfação (acima dos 100 pontos), a intenção de compra aponta desaceleração: o crescimento mensal vem perdendo fôlego desde abril. Na comparação anual, a intenção de consumo segue crescendo, mas a taxa é a menor desde outubro do ano passado.

Os efeitos positivos da menor inflação sobre a renda e o nível de consumo se dissiparam a partir de agosto, moderando a avaliação dos consumidores sobre esses itens na segunda metade do ano. Além disso, há três meses a perspectiva profissional apresenta queda, indicando que o consumidor passou a olhar para os próximos meses com ceticismo sobre o emprego.

ÍNDICE	out/23	Variação mensal*	Variação anual
Emprego atual	126,9	+0,1%	+11,0%
Renda atual	121,1	+0,2%	+18,7%
Nível de consumo atual	89,6	+0,4%	+26,3%
Perspectiva profissional	118,4	-0,7%	+12,3%
Perspectiva de consumo	109,4	+0,5%	+29,4%
Acesso ao crédito	94,5	+0,2%	+7,7%
Momento para duráveis	69,3	+2,4%	+56,7%
ICF	104,2	+0,3%	+19,7%

* com ajuste sazonal

O destaque no mês e no ano é a recuperação do indicador de momento para aquisição de duráveis (+2,4% e +56,7%, respectivamente). O índice permanece abaixo dos 100 pontos, mas os juros de mercado menores têm levado consumidores a programar a compra de bens de maior valor agregado a prazo.

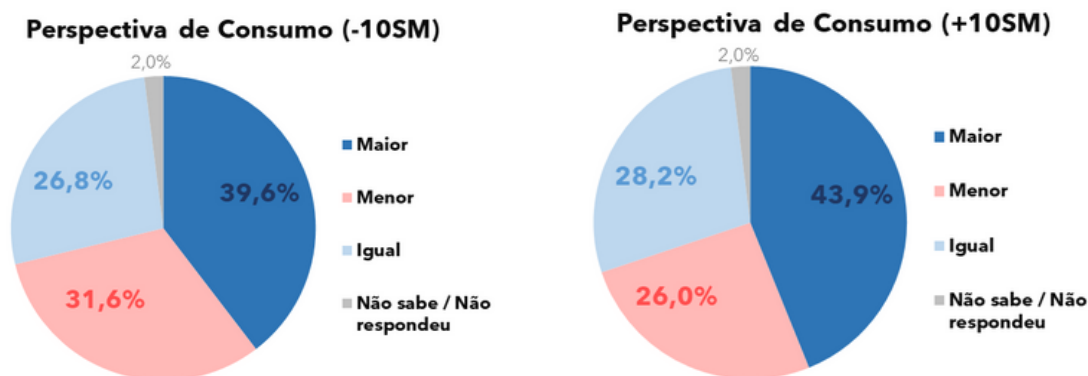
O movimento de queda dos juros e as campanhas de renegociação de dívidas aos poucos voltam a viabilizar o maior acesso ao crédito, embora as instituições financeiras estejam seletivas pela inadimplência ainda elevada. Do total de consumidores, 29,8% consideram que está mais fácil comprar via crédito em outubro, maior proporção desde maio de 2020.

Por outro lado, o endividamento e a inadimplência ainda elevados limitam a capacidade de consumo das famílias e os efeitos benéficos da maior renda disponível com a desaceleração inflacionária.

A desaceleração do ritmo das contratações formais já leva os consumidores a olhar com cautela o mercado de trabalho nos próximos meses, em que a perspectiva profissional caiu 0,7%. Ou seja, os consumidores começaram a olhar com alguma desconfiança o emprego no futuro.

CAUTELA COM AS COMPRAS NAS DUAS FAIXAS DE RENDA

A Intenção de Consumo das Famílias nas duas faixas de renda pesquisadas apresenta desaceleração desde setembro, com sinais mais claros de moderação do otimismo. Em outubro, a perspectiva de consumo nos próximos três meses das famílias com renda de até 10 SM cresceu 0,2%, após estabilidade em setembro. Entre os consumidores de alta renda (mais de 10 SM), a propensão a consumir nos próximos meses avançou +0,5%, após um setembro também estável.

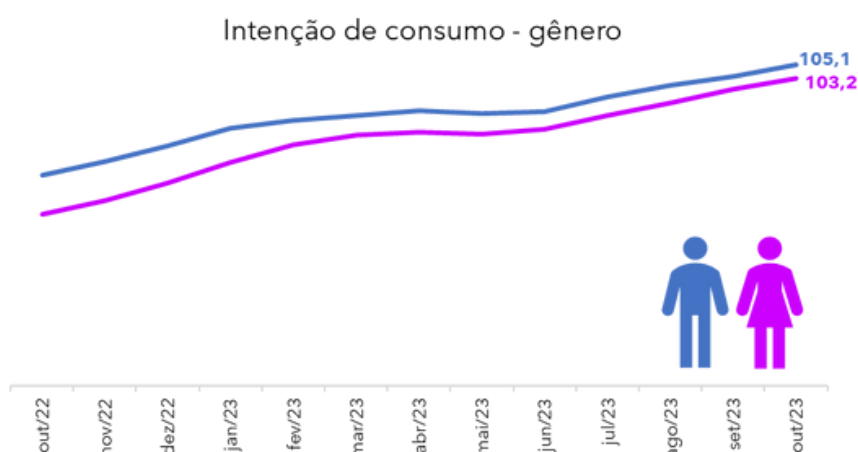


Na faixa de maior renda, é maior o volume de consumidores pretendendo aumentar o consumo neste último trimestre do ano (43,9%), comparativamente aos da faixa de menor renda (39,6%). Para essas famílias de rendas baixa e média, a perspectiva profissional caiu pela segunda vez consecutiva (-1,2%), revelando que esses consumidores passaram a olhar com cautela o mercado de trabalho à frente.

MAIS MULHERES DISPOSTAS A CONSUMIR NO ÚLTIMO TRIMESTRE DO ANO

No recorte por gênero, a intenção de consumo das mulheres avançou mais do que a dos homens nas comparações mensal e anual (+1,5% e +22,6%, respectivamente, ante +1,3% e +17,3%).

Dentre as mulheres, 41% apontam que pretendem ampliar o consumo nos próximos meses, enquanto essa proporção alcançou 39,7% do público masculino.



Sobre a pesquisa:

A pesquisa nacional de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) é um indicador antecedente do potencial das vendas do comércio, apurado mensalmente pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC). Os resultados medem o grau de satisfação e insatisfação dos consumidores, em que o índice abaixo de 100 pontos indica percepção de insatisfação, enquanto acima de 100 (com limite de 200 pontos) indica satisfação.

A pesquisa contempla 18 mil questionários analisados mensalmente, com dados de consumidores coletados em todas as Unidades Federativas, compilados em sete indicadores: três sobre as condições atuais (emprego, renda e nível de consumo), dois sobre expectativas para três meses à frente (perspectiva de consumo e perspectiva profissional), além da avaliação do acesso ao crédito e momento atual para aquisição de bens duráveis.

Como as informações estão sujeitas ao comportamento sazonal da economia, as séries são dessazonalizadas para permitir a comparação dos indicadores no mês com os do mês imediatamente anterior. Em janeiro de 2023, as séries passaram a ser ajustadas pelo modelo X-13 ARIMA-SEATS, em que se consideram como fatores sazonais o efeito calendário, os feriados de carnaval, Páscoa, Corpus Christi, além da identificação de *outliers*.

**Confederação Nacional do Comércio de Bens,
Serviços e Turismo (CNC)**

economiainovacao@cnc.org.br
(21) 3804-9200
portaldocomercio.org.br